

Localización de videojuegos de mazmorras con combates basados en cartas

Nombre: Andrés Moreno García

Línea de investigación: Tecnologías de la traducción [32524]

Tutor(a): Felipe Sánchez Martínez

Fecha: 17/06/2020

**Trabajo de
Fin de Grado de
Traducción e Interpretación**

Localización de videojuegos de mazmorras con combates basados en cartas

Andrés Moreno García

amg316@alu.ua.es

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar la traducción y adaptación de videojuegos de mazmorras a los usos lingüísticos de una región del mundo como caso concreto de localización. Como parte del proyecto se estudiará la historia de los videojuegos de forma sucinta, los hitos en la localización de este tipo de software, las herramientas más adecuadas para llevar a cabo esta tarea y la problemática específica que plantea la localización de este tipo de videojuegos.

ABSTRACT

This dissertation's purpose is to study the translation and adaptation of roguelike video games to the linguistic needs of a certain region of the world as a specific case of localisation. This project will study the history of video games succinctly, the milestones in the localisation of this kind of software, the ideal tools to perform this sort of tasks, and the difficulties attached to the localisation of this specific genre of video games.

Palabras clave: localización, videojuego, herramientas de software libre, metodología de localización, problemática en localización.

Keywords: localisation, video game, open source software tools, localisation methodology, difficulties in localisation.

Índice

1. Introducción.....	2
2. Historia de los videojuegos.....	4
2.1. Orígenes – 1983.....	4
2.2. 1983 – 2000.....	6
2.3. 2000 – Actualidad.....	7
3. Localización de videojuegos.....	8
3.1. Localización: un proceso polisémico.....	8
3.2. Historia de la localización lingüística.....	11
3.2.1. Orígenes.....	11
3.2.2. Primeros pasos en la traducción del software.....	12
3.2.3. Estandarización del proceso de localización.....	13
3.3. Modelos de localización lingüística.....	16
3.4. Elementos localizables de un videojuego.....	17
3.4.1. Elementos impresos.....	17
3.4.2. Texto dentro del juego.....	20
3.4.4. Diálogos y secuencias audiovisuales.....	21
3.4.5. Elementos online.....	22
3.5. Herramientas y formatos de localización lingüística.....	23
4. Localización de un videojuego: Nowhere Prophet.....	24
4.1. Análisis de Nowhere Prophet.....	24
4.1.1. ¿Qué implica localizar un juego indie?.....	25
4.1.2. Problemática de los juegos roguelike.....	26
4.2. Análisis de los archivos originales.....	28
4.2.1. Problemas de formato.....	30
4.3. Proceso de traducción: Consideraciones.....	30
4.4. Revisión de los textos traducidos.....	32
4.5. Soluciones y alternativas.....	33
4.5.1. Falta de contexto.....	33
4.5.2. Revisión.....	34
5. Conclusiones.....	35
Agradecimientos.....	36
Referencias.....	37
Anexo.....	39

1. Introducción

Desde hace unos años, la industria del videojuego no solo ha experimentado un crecimiento exacerbado, sino que ha conseguido imponerse¹ a otros medios como la industria de la televisión, del cine y de la música. Este hecho es debido en gran parte al esfuerzo que se ha llevado a cabo para «localizar» todos los contenidos para el público meta. Altice (2015) define la localización de un videojuego como:

El proceso de modificar el contenido de un juego para lanzarlo en un mercado extranjero. En los casos más simples, la localización implica únicamente traducir menús, texto, diálogos, etc. a otros idiomas (p.ej. del japonés al inglés). En casos más complejos, aquellas alusiones culturales que puedan no ser entendidas (o resultar ofensivas) se cambian por otras referencias que sean relevantes para la audiencia meta, o se eliminan directamente. (p. 347)²

Para poder comprender la importancia de una buena localización es necesario recorrer de manera escueta la historia de los videojuegos; su nacimiento, la crisis surgida por la debacle de Atari, que casi llevó a la desaparición de esta industria, y su crecimiento hasta hoy en día. Asimismo, se hablará del futuro del mercado dada la situación actual, las nuevas tecnologías que podrían definir la industria en años venideros, y cómo se verá afectado el mundo de la localización.

Tras ello hablaremos de cómo la localización de videojuegos evolucionó hasta GILT –globalización, internacionalización, localización y traducción–, el proceso utilizado actualmente a la hora de crear un videojuego, además de hablar sobre los hitos que supusieron un antes y un después en la industria. También mencionaremos algunas de las herramientas más habituales para localizar, así como los formatos de archivo más comunes, y las excepciones que nos encontraremos en los juegos *indie*; juegos creados por equipos pequeños –a veces compuestos por una sola persona– que se sirven del acceso a herramientas de desarrollo de videojuegos cada vez más potentes con un coste irrisorio comparado con los requisitos necesarios hace años para la creación de un videojuego.

1 https://www.reuters.com/sponsored/article/popularity-of-gaming?utm_source=reddit.com

2 The process of modifying a game's content for release in a foreign market. In the simplest cases, localization strictly involves translation (e.g., Japanese to English menus, text, dialogue, etc.). In sophisticated examples, cultural allusions that might be misunderstood (or found offensive) are either updated to references relevant to the target audience or excised altogether.

Si bien los juegos indie pueden ser una fuente de beneficios, también suelen traer consigo una serie de problemas, puesto que son producciones que no suelen adherirse a ningún estándar, bien por desconocimiento del autor, o por falta de presupuesto y planificación. Por ello suelen ser los más problemáticos, algo que se tratará en el apartado 4.

Para ilustrar esta problemática mostraremos el proceso de localización de un videojuego indie *roguelike* de cartas con mapas generados de manera procedimental. La palabra *roguelike* proviene del inglés, y define los videojuegos que se caracterizan por dar un rol al jugador, el cual se embarca en una aventura a través de diversas mazmorras que pueden ser generadas aleatoriamente, con combates que se pueden dar por turnos y en los que la muerte del personaje principal implica la pérdida de todo lo conseguido, teniendo que comenzar de cero en la siguiente partida. Por lo tanto, este término se suele traducir al español como «videojuegos de mazmorras».

2. Historia de los videojuegos

En este apartado se realizará un recorrido sucinto por la historia del videojuego. Hablaremos de sus comienzos como programas de divertimento ejecutados en ordenadores destinados a la investigación y su desarrollo a lo largo de varias décadas hasta la situación actual, en la que constituyen una fuerte industria en pleno apogeo. Pero antes de nada debemos definir qué entendemos por «videojuego».

¿Qué es un videojuego? El Diccionario de la Real Academia Española los define como un “Juego electrónico que se visualiza en una pantalla” (Real Academia Española, s.f., definición 1), pero definir qué es y qué no es un videojuego es un problema que aún da lugar a debate a pesar de ser una forma de entretenimiento con más de medio siglo de antigüedad. Para esta disertación, utilizaremos el concepto videojuego de la manera más amplia posible, tal y como hizo Frasca (2001), incluyendo “cualquier tipo de software de entretenimiento basado en un ordenador, basado tanto en texto como en imágenes, que utilice cualquier tipo de plataforma electrónica como ordenadores y consolas y que involucre a uno o múltiples jugadores en un entorno físico o conectado por red” (p. 4)³.

2.1. Orígenes – 1983

Los videojuegos surgieron debido a un aumento en la potencia de cálculo de los ordenadores de mediados de del siglo XX. Dado que muchos se encontraban en suelo estadounidense, la inmensa mayoría de videojuegos desarrollados hasta 1980 se lanzaron por y para los mercados de Estados Unidos y Canadá.

El origen de los primeros pasos de los videojuegos pueden ser trazados hasta los prototipos de los juegos electrónicos *Tennis for Two* (1958) y *Spacewar!* (1962). Ambos fueron desarrollados en Estados Unidos en laboratorios experimentales bajo un contexto «accidental» provocado por la búsqueda de entretenimiento. (O’Hagan y Mangiron, 2013, p.46)⁴

3 [...] any forms of computer-based entertainment software, either textual or image-based, using any electronic platform such as personal computers or consoles and involving one or multiple players in a physical or networked environment.

4 The humble beginnings of modern games are usually traced to the prototypes of the electronic games *Tennis for Two* (1958) and *Spacewar!* (1962), which were both developed in the US at public research facilities in a rather incidental context looking for open day attractions.

El primer videojuego fue creado por el inglés Christopher Strachey en 1952, puesto que tal y como comenta Copeland (2012) “El programa de damas de Strachey no fue solamente el punto de partida de la industria del videojuego actual y de la idea de la interacción entre humanos y ordenadores mediante una pantalla y un teclado. También fue el primer vistazo real, sobre un rudimentario monitor en blanco y negro, del más santo de todos los santos giales de la informática; la Inteligencia Artificial” (p. 171).⁵

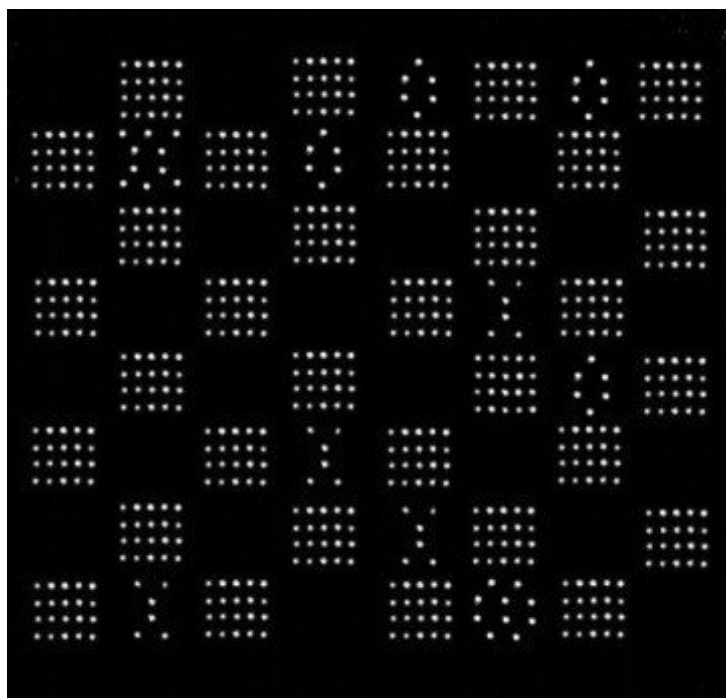


Figura 2.1: Juego de damas creado por Christopher Strachey en 1952.

En 1971 se lanzó al mercado *Galaxy Game*, la cual es considerada la primera máquina recreativa de la que se tiene constancia. Estas máquinas contaban con una pantalla y controles en su exterior que en muchas ocasiones simulaban vehículos, armas o cualquier otro elemento utilizado dentro del juego para atraer al jugador. En la mayoría de casos cada máquina permitía jugar a un único juego, y para jugar se debía pagar por cada partida.

No obstante, en esta década también se comenzaron a desarrollar las primeras videoconsolas domésticas de la mano de compañías como Atari o Magnavox. La competencia era feroz, puesto que los salones de máquinas recreativas eran el método de entretenimiento preferido de la época, y la posibilidad de jugar en casa sin límite de partidas era visto como un lujo, algo entendible dado el alto precio de estas máquinas para esa época.

⁵ Strachey's draughts program was not only the point of origin of today's computer games industry, and of the whole idea of human-computer interaction via screen and keyboard. It was also the first concrete glimpse, on a crude black-and-white monitor, of computing's holiest of holy grails, Artificial Intelligence.

A pesar de todo, las consolas se empezaron a imponer a las máquinas recreativas, y las desarrolladoras se encontraban en una situación que jamás se había visto. Se llegó a un punto en el que existían hasta trece consolas distintas en el mercado –para ponerlo en perspectiva, hoy en día el mercado de videoconsolas se divide entre Nintendo, Sony y Microsoft–, perteneciendo dos de esas consolas a una empresa que no patentó ni su plataforma, ni el diseño de juegos para esta: Atari. Debido a ello cualquiera podía crear y publicar juegos para ellas, dando lugar a una burbuja que inundó el mercado norteamericano con juegos de dudosa calidad y plagados de errores.

Esta burbuja se mantuvo hasta el año 1983, momento en el que estalló. La *debacle de Atari*⁶, nombre por el que se conoce este evento, estuvo a punto de costarle la existencia a una industria que hoy en día cuenta con una presencia cada vez mayor en el mundo.

Entre 1983 y 1985, esta joven industria se contrajo un 97%, algo devastador para las compañías de videojuegos, y que llevó a numerosos críticos de la industria a vaticinar el fin de los videojuegos domésticos. [...] Durante los tres años siguientes, el crecimiento de los videojuegos se mantuvo estancado mientras las compañías trataban de adaptarse a los cambios del mercado. (Plunkett, s.f.)⁷

2.2. 1983 – 2000

Tras el duro varapalo sufrido en la industria del videojuego norteamericana, Japón tomó el relevo. Nintendo y Sega lanzaron sus primeras consolas justo al final de la crisis debido al buen estado de la economía nipona en 1983. Debido a esto, sus consolas dominaron todos los mercados y sentaron las bases de la industria actual. Varias generaciones de consolas se sucedieron, pasando de los juegos 2D de las dos primeras generaciones, a los primeros juegos en 3D y el formato CD –como era el caso de la Playstation de Sony– y finalmente a los juegos 3D en formato DVD al final del siglo XX para todas las plataformas de sexta generación. Esta generación también fue la primera en ofrecer funcionalidades online en algunos títulos específicos, algo que ya era común en los videojuegos de PC.



Figura 2.2: Comparación de calidad gráfica entre Gran Turismo 2 (PS1) y Gran Turismo 4 (PS2)

⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_del_videojuego_de_1983

⁷ Between 1983 and 1985, this fledgling industry contracted by an astounding 97%, devastating video game companies and leading many leading industry critics to predict the end of home video games. [...] For the next three years, the growth of video games remained stagnant as companies tried to respond to the changes in the market.

2.3. 2000 – Actualidad

En cuanto a PC, la plataforma de distribución digital Steam se lanzó en el año 2003, un servicio que ha evolucionado por y para la comunidad de jugadores, asentando el estándar de lo que toda plataforma debe ofrecer hoy en día. En ella se pueden adquirir videojuegos, añadir *mods* –modificaciones creadas por usuarios–, unirse a comunidades dedicadas a un título determinado, chatear y retransmitir nuestras partidas con amigos, etcétera.

Respecto a las consolas, durante los primeros años del nuevo siglo, Sony y Microsoft dominaron las consolas de sobremesa, dejando a Nintendo sola en el mercado de las consolas portátiles. En 2004 Nintendo introdujo al mercado la que sería una de sus portátiles más icónicas hasta la fecha: la Nintendo DS. No obstante, aún tenía que resarcirse por las escasas ventas de su sobremesa anterior, ya que la Playstation 2 resultó mucho más atractiva al utilizar un formato de disco estándar, facilitando el uso de copias ilícitas por parte de los usuarios. Su solución fue la Wii, una consola que apostaba por una audiencia mucho mayor y por un sistema de control innovador basado en el movimiento, sin importar que sus rivales fuesen mucho más potentes. La acogida que tuvieron tanto la portátil como la sobremesa fue tan abrumadora, que no solo batieron a las consolas rivales, sino que además introdujo en el mundo del videojuego a personas de todos los rangos de edad, algo que sin duda aumentó más si cabe la expansión de la industria hasta el final de la generación en 2012.

Desde 2012, la evolución ha sido casi exponencial. La calidad de los videojuegos avanza a pasos agigantados, Internet es ya parte fundamental de cualquier plataforma, y nos hallamos a las puertas de una de las grandes revoluciones de la industria: jugar en *streaming*. Empresas como Google o Nvidia ya ofrecen servicios como Google Stadia o GeForce Now, en los cuales se ofrece al jugador la posibilidad de escoger cualquier título y jugarlo sin necesidad de una consola o PC dedicado para ejecutarlo. Podríamos hacer un símil con la plataforma Netflix, ya que ofrecen una biblioteca de videojuegos que se pueden jugar de manera instantánea allá donde queramos, sin esperas y sin necesidad de descargar el título en nuestro dispositivo. Obviamente esta tecnología aún se encuentra en proceso de evolución, pero sin duda se trata de un punto de inflexión que podría derivar en la desaparición de las consolas en pos de sistemas basados en grandes servidores en línea.

3. Localización de videojuegos

Antes de ahondar en el tema, hemos de recordar que el concepto de localización puede resultar poco preciso dado el enorme listado de tareas que cubre. Tal y como definió Bernal-Merino (2006):

Aunque «localización de videojuegos» pueda utilizarse en la industria, es un término demasiado general como para ser utilizado en los estudios de traducción. Si hemos de usarlo, siempre se deberá especificar el término «localización lingüística» para evitar confusión con el resto de etapas del proceso de localización.⁸

En nuestro caso también podremos referirnos a la «localización lingüística» como «traducción» para simplificar, siempre y cuando no incluya la conversión de medidas, monedas y similares, en cuyo caso se seguirá considerando como localización. En la primera sección de este apartado trataremos sobre qué es y qué no es susceptible de ser localizable en un videojuego, hablando desde las diferencias legales, técnicas y culturales entre regiones que dan lugar a localizaciones específicas para determinados territorios. Seguidamente hablaremos de cómo se comenzó a localizar en la industria, de su evolución y de la estrategia de adaptación seguida en la actualidad. Finalmente hablaremos de las estrategias de localización más habituales y de los elementos susceptibles de ser traducidos en un videojuego.

3.1. Localización: un proceso polisémico

Los videojuegos son productos complejos. Si bien a día de hoy las desarrolladoras suelen planear una versión global, el contar con multitud de aspectos localizables ha sido siempre una seña de la industria. Si lo analizamos desde la parte externa, podemos encontrarnos con que un videojuego cuente con portadas distintas dependiendo de la región para hacer que el jugador se sienta más identificado con él. Un ejemplo puede ser *WRC 3* para Playstation 2, el cual contaba con una portada especial para el mercado francés que mostraba no solo el vehículo *Citroën* de fabricación francesa pilotado por el alsaciano Sébastien Loeb, sino la publicidad que portaba este coche, destacando *Total* y *Michelin*, importantes marcas francesas de productos relacionados con la automoción.

⁸ Although 'game localisation' may be appropriate for the industry, it is too broad a term to be used in TS. If we must use it, we should always specify using the term 'linguistic localisation' to avoid confusion with other stages of the localisation process.

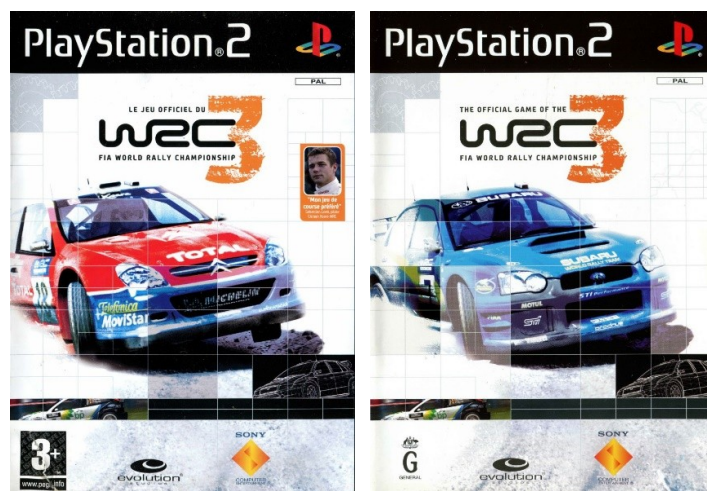


Figura 3.1: Portada francesa del videojuego WRC 3 (izquierda) y portada internacional (derecha).

Esta estrategia de localización basada en el uso de celebridades locales era utilizada para atraer a compradores en los mercados internacionales (Bernal-Merino, 2015, p.168) y aún sigue siendo un recurso, sobre todo en videojuegos basados en deportes, como es el caso de las entregas anuales de los videojuegos oficiales de la Fórmula 1, presentes en la figura siguiente.



Figura 3.2: Portadas del videojuego F1 2020 (de izquierda a derecha): portada mundial, portada para Países Bajos, Francia, Italia, Bélgica, Luxemburgo y Japón, portada para España y México y portada para Polonia y Australia.

Por otra parte tenemos las consideraciones culturales de cada región. Alemania es uno de los países más estrictos en este sentido. Pham y Sandell (2003) tratan este tema en su artículo “In Germany, Video Games Showing Frontal Nudity Are OK, but Blood is Verboten”:

Si un juego muestra salpicaduras de sangre, decapitaciones o gritos de muerte, corre el riesgo de ser listado en un «índice» del gobierno. Estar en ese índice implica que no se podrá vender a nadie menor de 18 años y que no se podrá mostrar en estanterías ni publicitarse en televisión, periódicos y en la mayoría de revistas. Los videojuegos que contengan pornografía o glorifiquen la guerra, el nazismo y el odio de índole racista sufrirán esas mismas consecuencias.⁹

9 If a game features blood splatterings, decapitations or death cries, it runs the risk of being placed on a government list known as “the index.” Being indexed means it can’t be sold to anyone under 18, displayed in stores or advertised on television, in newspapers and in most magazines. Games containing pornography or glorifications of war, Nazism and racial hatred face the same fate.

La serie de videojuegos de *Wolfenstein* fue incluida en ese índice alemán. Algunos de sus títulos se basan en un mundo alternativo en el que las fuerzas del Eje ganan la Segunda Guerra Mundial, por lo que se ha de mostrar simbología nazi. Sin embargo, sus entregas (exceptuando *Wolfenstein: Youngblood*) para el mercado alemán sufrieron una serie de cambios, incluyendo el uso de términos o nombres determinados para esta región, algo que atañe a la parte traductológica de la localización:

La versión alemana del juego reemplazó todas las esvásticas con el logotipo del juego u otros símbolos no ofensivos. En la mayoría de países, cuando el personaje de Hitler entra en algún lugar, es recibido como el *Führer*. No obstante, en Alemania lo reciben como «canciller», y misteriosamente tampoco cuenta con su característico bigote. (Germany lifts total ban on Nazi symbols in video games, 2018)¹⁰



Figura 3.3: Las esvásticas de la serie de videojuegos *Wolfenstein* se sustituían por otros símbolos para el mercado alemán.

Las leyes respecto a la distribución de contenidos audiovisuales también puede ser un factor determinante a la hora de localizar un producto. En este caso el país más destacado es Francia, ya que debido a la Ley Toubon, existente desde el año 1994, todos los videojuegos han de utilizar la lengua francesa obligatoriamente para poder ser distribuidos (Chandler y Deming, 2012, p. 43).

Por último, también hay que considerar las limitaciones impuestas por el hardware. Un título puede ser lanzado en una o varias plataformas –Nintendo DS y Sony PSP, por ejemplo– con requisitos específicos, o incluso podría contar con limitaciones dentro de su misma plataforma dependiendo del continente en el que se lance. Esto último es algo que sucedía antaño con la separación entre videojuegos *PAL* –*Phase Alternating Line*– y *NTSC* –*National Television System Committee*– ya que cada región se adhería a uno de estos dos protocolos utilizados en los sistemas de televisión analógica¹¹.

¹⁰ The German version of the game replaced every swastika with the game's logo or other inoffensive symbols. In most countries, when Hitler's character enters a scene, he is welcomed as the Führer - but in Germany, he is referred to as a "chancellor" - and his recognisable moustache has mysteriously disappeared.

¹¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Regional_lockout

Podemos ejemplificar todo esto con el caso de la consola Nintendo Gamecube. Existían tres tipos distintos de consolas: las PAL, destinadas a Europa principalmente, las NTSC para Norteamérica y otras regiones específicas, y las NTSC-J, exclusivas para japon. Cada tipo de consola reproducía únicamente los juegos de su región, siendo distinta incluso la calidad de imagen alcanzada, variando la resolución y frecuencia de refresco de la pantalla entre regiones, tal y como comentan O'Hagan y Mangiron (2013):

Cuando son localizados para distintos territorios –los cuales se dividen en áreas geográficas y por grupos de lenguas–, factores técnicos específicos de cada región como los formatos estándar de vídeo NTSC –p.ej. Norteamérica y Japón– y PAL –p.ej. Europa y Australasia–, han de tenerse en cuenta. [...] Por ejemplo, el estándar NTSC utiliza imágenes de 525 líneas con una tasa de refresco de 30 –29.97 para ser exactos– imágenes por segundo, mientras que el estándar PAL utiliza imágenes de 625 líneas y utiliza una velocidad más lenta de 25 imágenes por segundo. (p. 114)¹²

Se dejarán en el tintero otros elementos como promociones, ediciones especiales, actualizaciones de la propia plataforma –lanzamiento de versiones *Slim* o *Pro* de la misma consola con prestaciones distintas– y una larga lista de elementos que han de adaptarse para cada región. Afortunadamente la mayoría de limitaciones –sobre todo técnicas– ya han desaparecido hoy en día, por lo que los videojuegos y consolas suelen lanzarse con las mismas características en todo el globo, permitiendo así que podamos, por ejemplo, utilizar un cartucho norteamericano en una consola Nintendo Switch europea configurada para descargar y utilizar juegos de la Nintendo eShop japonesa.

3.2. Historia de la localización lingüística

3.2.1. Orígenes

Como se comentó en el apartado dedicado a la historia de los videojuegos, su origen los ubica en territorios de habla inglesa, algo que explicaría por qué la mayoría de videojuegos del momento contaban con texto en pantalla en inglés. Abreviaciones como *EXP* o *IP* provienen de expresiones como *Experience* y *I Player* en dicha lengua, y aún se siguen utilizando en algunos juegos. No obstante, Japón también supo utilizar el declive sufrido por la industria en 1983 para posicionarse en el mercado, algo que los llevó a ser una de las regiones que más juegos exporta hoy en día. Pero sin duda uno de los factores más influyentes en su asentamiento como líderes de la industria fue la localización. Según Bernal- Merino (2015), si bien los lenguajes de programación aún se encontraban en un estado de desarrollo muy temprano y utilizaban caracteres del alfabeto latino sin apenas posibilitar el uso de caracteres japoneses, los nipones vieron en Estados Unidos una buena oportunidad para expandir su negocio, y por ello se podría afirmar que los japoneses fueron los primeros en pensar en la localización, aun cuando lo hicieron por pura necesidad (pp 159-160).

12 When they are localized for different territories (which are divided according to language groups as well as geographical areas), region-specific technical factors, such as the TV video display standards NTSC (e.g. North America and Japan) and PAL (e.g. Europe and Australasia), need to be considered. [...] For example, the NTSC standard uses 525 lines of image with a refresh rate of 30 (29.97 to be exact) frames per second, whereas the PAL standard is made up of 625 lines and uses a slower speed of 25 frames per second.

En 1985, Nintendo apostó por la estrategia de localización conocida como *box and docs* para su juego *Super Mario Bros*. En este tipo de localización sólo se traducen la carátula del juego y los manuales de utilización, pero el texto en pantalla suele ser muy escaso, por lo que se solía dejar en inglés. El hecho de hacer los productos un poco más accesibles para el consumidor extranjero reportó grandes beneficios en comparación con el gasto realizado en localización, por lo que se acabó convirtiendo en una práctica estandarizada (Bernal-Merino, 2015, p.164). La norma era traducir según el acrónimo EFIGS; *English, French, Italian, German y Spanish*. En caso de que el juego fuese originario de japon se utilizaba el inglés como lengua pivote para la traducción.

3.2.2. Primeros pasos en la traducción del software

A partir de los años 90 las compañías empezaron a realizar lo que Chandler y Deming (2012) denominaron «traducción parcial». Este tipo de localización era exclusiva de los grandes títulos del momento, pudiendo encontrar juegos con algunos elementos recurrentes –como la interfaz y los menús– traducidos, pero no se traducían ni los diálogos ni los subtítulos. Esto puede parecer contraproducente, pero en ese momento este tipo de localización gozó de una gran acogida entre el público, algo que sin duda facilitó el acceso a muchos consumidores, ya que era más probable terminar un juego del que se entendiesen los datos esenciales. El hecho de que no se tradujesen los elementos no recurrentes se debía a que era un verdadero reto técnico, puesto que además de que todo se encontraba dentro del propio código fuente del juego, muchas veces el espacio libre –sobre todo en los cartuchos– era casi inexistente:

Las primeras consolas de 8 bits, como la NES, limitaban drásticamente la cantidad de texto que podía almacenarse, por lo que era necesario recortar la cantidad de texto traducido. Esto también sucedía en las plataformas de 16 bits [...] La brevedad sigue siendo una marca distintiva de la localización de software hoy en día para superar las limitaciones de espacio impuestas sobre todo en elementos de la interfaz de usuario [...] la limitación de texto en esa época estaba determinada fundamentalmente por la capacidad de almacenamiento de la consola, afectando por lo tanto a todos los textos del juego más allá de la interfaz de usuario. (O'Hagan y Mangiron, 2013, p. 55)¹³

Las consolas de 32 bits entraron al mercado a mediados de la década de los 90, por lo que el espacio disponible tanto en la consola como en los cartuchos –o en los CD en el caso de la Saturn de Sega o la Playstation de Sony– aumentó considerablemente, algo que permitió mejorar la calidad del audio, por lo que cada vez más títulos utilizaban pequeños vídeos de transición para narrar la historia o preparar eventos, dando lugar así a otro elemento susceptible de ser localizado. No obstante, todo lo relacionado con el audio no se solía modificar, ya que es la parte de la localización que más tiempo y presupuesto consume (Chandler y Deming, 2012, p. 10), por lo que este lujo quedaba relegado a los videojuegos que contaban con presupuestos holgados.

13 The early 8-bit consoles such as NES severely limited the quantity of text that could be stored, making it necessary to cut down on the amount of translated text. This was also the case even with 16-bit environments [...] The need for brevity still remains a hallmark of software localization today to cater to the limited space allocated especially for user interface (UI) elements [...] text limitation in those days was more fundamentally determined by the storage capacity of the game machine, thus affecting all game texts beyond the UI.

Esto es algo que no tardaría en cambiar, puesto que “Si los videojuegos querían ser considerados como una forma de entretenimiento merecedora de competir contra productos como libros, música y películas, obviamente debían ser capaces de ofrecer a los consumidores un nivel de servicio equiparable”. (Bernal-Merino, 2015, pp. 165-166)¹⁴

3.2.3. Estandarización del proceso de localización

Uno de los mayores problemas encontrados en las consolas de 32 bits fue la codificación de caracteres, algo que suponía un grave problema a la hora de localizar videojuegos japoneses. O’Hagan y Mangiron (2013) hablan sobre ello:

En comparación con las prácticas de localización de software modernas, los procesos de codificación que permitían una representación correcta de los caracteres en diferentes lenguas no habían sido establecidos en los comienzos. El texto en japonés de los juegos solía estar almacenado en formato de imagen, por lo que el proceso para reemplazar los archivos en japonés por el inglés no era un mero cambio de archivos de texto (Kohler 2005, 221). Esto implicaba que los juegos originales japoneses tenían que ser reprogramados para poder dar cabida al texto traducido en inglés. De todas formas, se toleraba el realizar este tipo de operaciones tan engorrosas debido a la relativa simplicidad de la estructura de los juegos en sí, así como a la limitada cantidad de texto utilizada en comparación con los grandes juegos de hoy en día. (p. 57)¹⁵

Puesto que la disciplina de la localización estaba dando aún sus primeros pasos, el proceso carecía de la calidad a la que estamos acostumbrados hoy en día. Por ello esta década estuvo plagada de errores de localización, sobre todo en juegos japoneses. Esto dio lugar a erratas que han quedado plasmadas en la historia, como la infame frase que pronuncia el villano de *Zero-Wing*, «All your base are belong to us» [Todas vuestras bases son nos pertenecen] (Bussey, 2015). Altice (2015) también indica que “en algunos casos, los errores se convirtieron en un canon, como el caso del «traje barrera» de *Metroid*, que fue traducido erróneamente como Varia en el manual de instrucciones estadounidense, quedando como tal desde entonces” (p. 2)¹⁶. Este traje también se conoce como «Traje climático» en español, pero dado que también protege a la protagonista de los climas extremos, podríamos considerar que no es un error como es el caso inglés.

14 If video games were to be considered a worthy form of entertainment able to compete with products such as books, music and films, they obviously had to deliver comparable levels of service to consumers.

15 Unlike modern software localization practices, encoding processes that allowed the correct representation of characters in different languages had not been properly established in the early days. The Japanese text in games used to be stored in picture format and therefore the process of replacing the Japanese with English language files was not a matter of replacing text files (Kohler 2005, 221). This meant that original Japanese games had to be reprogrammed to fit the translated English text. Such cumbersome operations were nevertheless tolerated, given the relative simplicity of the whole game structure and the limited amount of text involved compared with today’s major games.

16 In some cases, errors became canon, as in *Metroid*’s “barrier suit”, which was mistranslated as Varia in the U.S. instruction manual and remained as such ever since.

Tras el paso al nuevo milenio, las consolas de sobremesa ya contaban todas con el formato DVD-ROM – o Gamecube Optical Disc para la consola de Nintendo– para sus juegos, algo que aumentó enormemente la capacidad de almacenamiento, por lo que los fragmentos de texto pasaron a almacenarse en ASCII en lugar de en formato de imagen (O’Hagan y Mangiron, 2013, p. 58). Esto fue uno de los puntos de inflexión en la historia de la localización, pues ahora resultaba mucho más sencillo implementar más de un idioma dentro de cada juego, y el uso de herramientas TAO –Traducción Asistida por Ordenador– específicas para este tipo de traducción se asentó durante unos años. Este era el caso de herramientas propietarias como Microsoft Leaf, creada para traducir el software de la compañía norteamericana. Por suerte desde entonces hasta hoy se ha estandarizado el proceso hasta tal punto que únicamente se emplean tablas en formato Excel o documentos de texto plano que se entregan al desarrollador para que lo implementen en el juego final.

Este ha sido el camino que ha seguido la localización desde que se concibió como un proceso opcional para obtener más ventas, hasta convertirse en una parte intrínseca en la industria del videojuego. Actualmente la mayoría de títulos *triple A*, es decir, “juegos con grandes presupuestos de producción, término referido normalmente a títulos principales que cuentan con recursos sustanciales” (O’Hagan y Mangiron, 2013, p. 5)¹⁷, cuentan con localizaciones completas, incluyendo voces y subtítulos, algo que muestra que este tipo de localización es multidisciplinaria, aunando la traducción audiovisual, la localización de software, traducción literaria, etc. La tendencia de la industria es crear videojuegos cada vez más complejos e interactivos, algo que queda patente con la creación de géneros como los *roguelike*; juegos virtualmente infinitos, ya que ofrecen multitud de caminos y posibilidades. En el caso de *Nowhere Prophet*, esto se traduce en una cantidad exacerbada de diálogos y situaciones que han de ser traducidas, dando lugar a diversos problemas que trataremos en el apartado 4.

En la actualidad los videojuegos suelen seguir el esquema GILT: globalización, internacionalización, localización y traducción.

Según O’Hagan y Mangiron (2013, pág. 89), este término se empezó a utilizar por parte de la industria para acentuar cómo debe tratarse el proceso de globalización de un producto, teniendo en cuenta su posible localización desde las primeras fases de su desarrollo. (Vázquez, 2018, p. 38)

La «globalización», o *glln* es el proceso que se encarga de organizar los procesos de «internacionalización» y localización para reducir al mínimo el trabajo necesario para adaptar un producto a otros mercados⁷.

17 Games with high production budgets, usually referring to flagship titles involving substantial resources.

La «internacionalización», o *i18n* es según Bernal-Merino (2015) “el proceso encargado de diseñar un producto de tal manera que pueda ser localizado fácilmente para garantizar una distribución y éxito mundiales” (p. 35)¹⁸. Esto ahorra costes y tiempo, pudiendo darse el caso de que un producto no internacionalizado no pueda ser localizado, ya que los juegos de hoy en día suelen ser demasiado complejos como para reprogramarlos una vez están finalizados.

La última fase de la globalización es la localización, o *l10n*, previamente descrita en el primer apartado. Dentro de ella encontraríamos la traducción en sí de los contenidos del videojuego.

La ausencia de uno de estos procesos suele resultar en la imposibilidad de localizar un videojuego. Esto es algo común en los títulos indie, ya que sus creadores suelen centrarse en la creación del juego en sí, dejando de lado las preparaciones necesarias para añadir nuevos lenguajes. Esto se ha podido ver en títulos como *Undertale*, que experimentaron un crecimiento de popularidad inesperado, y que han sido traducidos gracias a la comunidad de jugadores¹⁹, ya que el creador no pensó en ningún momento en que su producto pudiera gozar de tal cantidad de fans a nivel global.



Figura 3.4: Página dedicada a la traducción al español de Undertale por parte de los fans del juego.

18 [...] the process of designing a product so that it can be easily localised in order achieve worldwide distribution and success.

19 <http://www.undertale-spanish.com/>

3.3. Modelos de localización lingüística

A la hora de abordar la localización de un producto, O'Hagan y Mangiron (2013, pp 116-117) describen dos criterios para clasificar los modelos de localización.

El primero se basa en quién se encarga de la traducción. En el modelo interno, la localización se realiza bajo la supervisión del desarrollador o la editora dentro de sus instalaciones. Si por el contrario se opta por trabajar con equipos externos, los desarrolladores pueden optar por tres vías distintas según Chandler y Deming (2012, p. 55):

- Trabajar directamente con un traductor: Si el tamaño del juego lo permite, cada lengua puede ser abordada por un único traductor encargado de traducir tanto los textos como las voces, pero no tendrá que grabar dichas voces ni integrar los recursos que traduzcan. Esta opción es la que más carga añade al equipo de desarrollo, ya que tendrán que integrar y comprobar todos los recursos recibidos.

- Trabajar con un coordinador de localización: En este caso se opta por contratar a alguien que medie entre el desarrollador y los equipos de traducción, de grabación de voz, de revisión y cualquier otra tarea necesaria. Este modelo divide el trabajo entre el desarrollador y el equipo externo.

- Trabajar con un proveedor de localizaciones externo: Este modelo deriva toda la carga de la localización en un proveedor externo, y si bien es costoso, puede dar lugar a plazos más cortos y una carga de trabajo mucho menor para el equipo de desarrollo, ya que el proveedor sería el encargado de realizar todo el trabajo de localización.

El criterio restante está condicionado por el momento en el que se lanza la versión localizada. Por un lado contamos con la estrategia *post-gold*. El término «gold» proviene de «gold master», que es la compilación definitiva de un videojuego que se utilizará para publicar el mismo (Vázquez, 2018, p. 57). Con esta estrategia se opta por lanzar las versiones localizadas tras el lanzamiento del juego original, algo que permite trabajar al equipo de localización con un producto que está en fases de desarrollo muy avanzadas, o incluso jugables. Si se da el caso, se podría incluso probar el producto para familiarizarse con el contexto, términos y expresiones utilizadas en él. Un ejemplo de esta estrategia es la primera entrega de *Animal Crossing*. Este juego se lanzó originalmente para Nintendo 64 únicamente en Japón, pero se optó por reeditararlo en Gamecube para lanzarlo de forma global. La entrega japonesa se lanzó originalmente el 14 de diciembre de 2001, y Estados Unidos la recibió el 15 de septiembre de 2002, pero no llegó a Europa hasta el 24 de septiembre de 2004.

Sin embargo, y debido al auge de Internet, hoy en día se utiliza la estrategia *sim-ship*. En ella se opta por un lanzamiento simultáneo en todos los territorios tanto del juego como de los parches, algo muy útil en videojuegos como *League of Legends*. Dado que cuentan solamente con modos de juego online, todas las regiones han de contar con los últimos contenidos a la vez, ya que no se puede jugar contra otras personas si no cuentan con tu misma versión del juego. En el caso de juegos físicos, podemos seguir con el ejemplo propuesto

anteriormente y hablar de *Animal Crossing* y su entrega para Nintendo Switch, *Animal Crossing: New Horizons*. A diferencia de la entrega en Gamecube, en esta ocasión el lanzamiento se realizó de manera global tanto en su variante física como descargable. Todo se debe a que ofrecer a todo el mundo un producto conocido globalmente puede ayudar a aprovechar la ola publicitaria inicial para vender más y permitir que todas las regiones puedan aprovechar las características online a la vez. No obstante, esta estrategia puede afectar al proceso de localización en gran manera tal y como indica Bernal-Merino (2015):

[...] el mejor camino a seguir para las editoras de juegos era el lanzamiento simultáneo o *sim-ship* para todas las variantes lingüísticas, exprimiendo así la inercia conseguida con una única campaña de márketing internacional y minimizando el riesgo de importaciones grises y de piratería. En términos prácticos, esto implica que las agencias de traducción y los profesionales de la lengua han de trabajar con juegos inacabados (p.ej. imposibles de jugar) cuando comienzan a localizar, algo que obviamente puede implicar diversos problemas en el flujo de trabajo. (pp 167-168)

Normalmente los criterios se adaptan entre sí, o lo que es lo mismo: Lo más normal es que se opte por la estrategia de lanzamiento simultáneo si se decide contar con un equipo de localización interno, puesto que podrán trabajar a la vez que se desarrolla el juego. Y en caso de optar por un modelo de localización externa, se suele producir un lanzamiento escalado del producto.

3.4. Elementos localizables de un videojuego

En este apartado se hablará sobre algunos de los elementos susceptibles de ser traducidos en un videojuego y de cómo influye la cohesión entre todos ellos de cara al consumidor.

3.4.1. Elementos impresos

A pesar de encontrarnos en plena era digital, los videojuegos físicos aún siguen siendo un formato muy apreciado por los consumidores. El formato físico es preferido por coleccionistas, por aquellos que no están habituados a las compras online, o simplemente por tener la certeza de que se tiene algo en propiedad que puede ser vendido, prestado o utilizado sin limitación. El día que desvelaron la Xbox One, Microsoft afirmó que impondría limitaciones en el uso de los videojuegos –tanto físicos como digitales– y que la consola requeriría una conexión a Internet como mínimo cada 24 horas para poder utilizarla. En el caso de los juegos digitales, ya era habitual que cada videojuego adquirido se mantuviese ligado a la cuenta del jugador, pero lo que más llamó la atención fue el «marcado» o «identificación» de los juegos físicos –en formato de disco Blu-Ray– para limitar su utilización a un número reducido de consolas. A pesar de retractarse al respecto y mantener los juegos físicos libres, la reacción de los fans fue tan negativa, que el simple anuncio de estas restricciones aún se considera uno de los motivos por los que PS4 duplica en ventas a Xbox One a día de hoy:

Las noticias sobre la retractación de la compañía se extendieron rápidamente, pero el daño ya estaba hecho. A día de hoy, las ventas mundiales de Xbox One alcanzan los 46,9 millones, mientras que PlayStation 4 ha vendido 106 millones de unidades. La cifra de Xbox no está tan mal hasta que la comparamos con la generación de consolas anterior: Xbox 360 vendió 84 millones de unidades y PlayStation 3 vendió 87,4 millones. (Zentler, 2020)²⁰

Zentler también habla de que tanto la última consola de Nintendo como las nuevas consolas de Sony y Microsoft –Playstation 5 y Xbox Series X respectivamente– seguirán aunando el formato físico con el digital. Por lo tanto, esta década seguirá precisando de la localización de todos los elementos impresos de un videojuego: portadas y contraportadas, manuales, folletos –de advertencias, del consumidor, publicitarios–, tarjetas de contenido adicional, guías y cualquier otro elemento que acompañe a las consolas, ya sea la caja o los manuales de uso. Esta serie de elementos pertenecen a multitud de categorías, tal y como recoge Bernal-Merino (2015, pp 109-110), dado que pueden ser textos legales, promocionales, didácticos o técnicos dependiendo del elemento a traducir.



Figura 3.5: Contraportadas de Super Smash Bros. para Nintendo 3DS (3DS) y Pokémon Zafiro Alfa (3DS).

Como bien apuntan O'Hagan y Mangiron (2013), es esencial que la terminología utilizada para los materiales impresos corresponda exactamente con la terminología utilizada dentro del juego para prevenir inconsistencias y evitar confundir a los jugadores (p. 125). Nintendo siempre ha sido un ejemplo a seguir a la hora de localizar videojuegos debido a lo pulidas que suelen estar sus localizaciones. En la siguiente figura podemos apreciar una parte aumentada del manual del juego *Pokémon Colosseum*, una entrega de la exitosa serie de Nintendo, lanzado para Gamecube.

²⁰ News of the company's reversed decisions spread quickly, but the damage had already been done. To date, worldwide the Xbox One has sold 46.9 million units compared to PlayStation 4's 106 million. Xbox's figure isn't bad until you consider in the previous generation of consoles, the Xbox 360 sold 84 million units vs. PlayStation 3's 87.4 million.

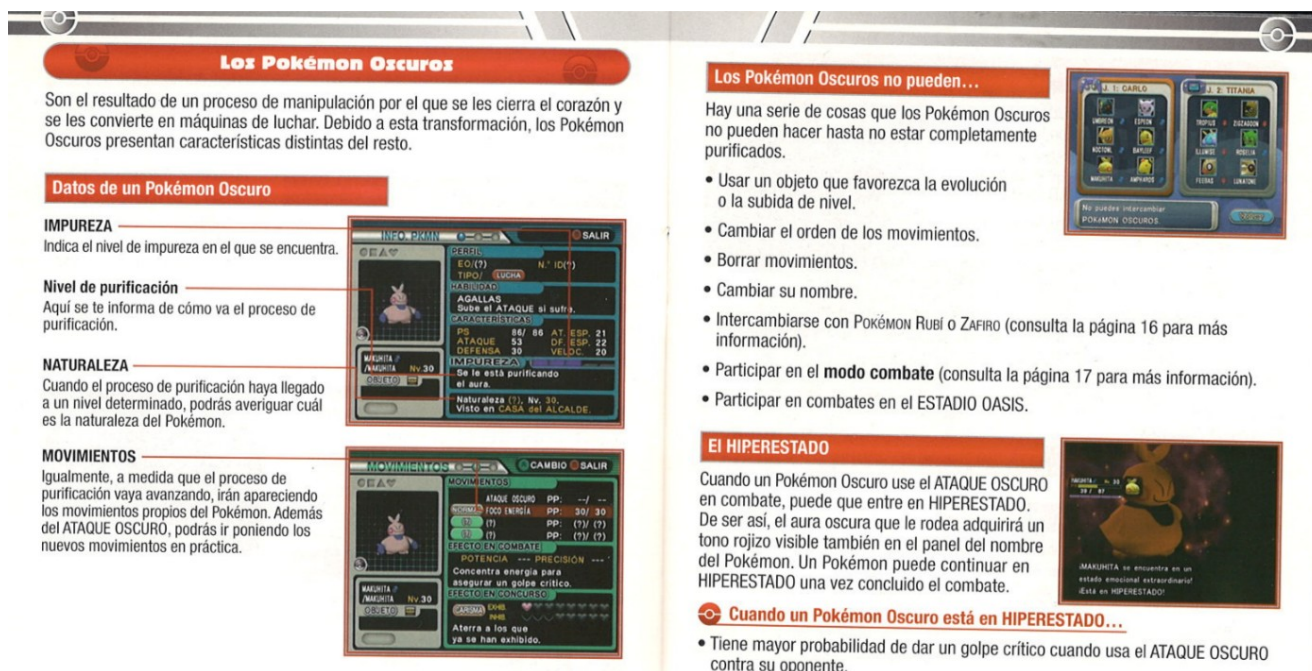


Figura 3.6: Manual de Pokémon Colosseum para Gamecube.

En él podemos observar que se explica qué significan algunos términos presentes en el videojuego con indicaciones y capturas de pantalla en el mismo idioma que el del manual, algo que facilita la internalización de la terminología empleada dentro del videojuego. Sin embargo, si echamos un vistazo al manual del videojuego *Rally Championship* para la misma consola, encontramos una ejecución mucho más pobre:



Figura 3.7: Captura del apartado de ajustes del vehículo dentro del juego (izquierda) y de las páginas del manual dedicadas a ella tanto en español como en italiano (derecha).

En la figura anterior podemos observar la sección de ajustes del vehículo dentro del juego tanto en español como en italiano, pudiendo comparar los términos utilizados en el juego con los que aparecen en las secciones del manual dedicadas a explicar la configuración del vehículo. Las capturas de pantalla dentro del manual –apenas perceptibles en la figura– están en inglés en ambos idiomas, y la terminología utilizada no coincide con la mostrada en pantalla. Esto puede dar lugar a confundir al jugador, ya que desconocerá las mecánicas básicas del juego.

No obstante, hoy en día los manuales están quedando relegados a ediciones especiales, ya que empresas como Ubisoft, EA o Nintendo han optado por ofrecer manuales electrónicos dentro de sus productos. “No solo es más respetuoso con el medio ambiente, sino que además ayuda a las editoras a reducir costes de impresión de manera considerable, y por ende este modelo puede volverse una práctica común en el futuro”. (O’Hagan y Mangiron, 2013, p. 126)²¹

3.4.2. Texto dentro del juego

En esta categoría se engloba todo el texto que aparezca dentro del juego en sí. Los menús por los que se navega, la interfaz que muestra indicadores, ayudas, consejos y otros mensajes, los cuadros de diálogo escrito, los subtítulos de los diálogos no narrados en la lengua meta y los elementos gráficos que contengan texto en ellos. En las figuras siguientes se muestran algunas capturas del videojuego *Animal Crossing* para Gamecube, pudiendo apreciar que se tradujeron los carteles presentes en los comercios y servicios del pueblo, otra muestra de la atención al detalle de la que suele hacer gala Nintendo a la hora de localizar sus productos.



Figura 3.8: Capturas de elementos gráficos con texto en el juego *Animal Crossing* para Gamecube.

En el caso de que los elementos gráficos con texto no se traduzcan –por motivos económicos o para acortar el desarrollo– estos también pueden contar con subtítulos, tal y como se ve en la figura siguiente. Desgraciadamente es algo muy común a pesar de desaconsejarse en la mayoría de casos, pues se puede perder parte del mensaje o dificultar la inmersión del jugador en la historia si estos elementos textuales contienen claves o información vital.

21 Not only is it more environmentally friendly, but it also helps publishers reduce printing costs considerably and therefore this model may become more common in the future.



Figura 3.9: Captura del videojuego Bioshock Infinite, juego con subtítulos tanto para diálogos como para elementos gráficos con texto.

A la hora de tratar con la interfaz, el encargado de la localización del videojuego ha de conocer la terminología empleada en las distintas plataformas en las que se pueda lanzar un producto. En PC se suele indicar al jugador que «clicke» sobre ciertos elementos, o el menú puede contar con la opción para «volver al escritorio», pero en consolas el primer caso podría hablar de «pulsar» o «apretar» un determinado botón para llevar a cabo una acción, además de carecer de escritorio como en PC, por lo que esa opción puede reducirse a un simple «salir» o incluso no estar presente, puesto que las consolas suelen contar con botones dedicados para volver al menú. Estas limitaciones son aún más evidentes entre consolas, pues cada compañía utiliza una distribución distinta de botones incluso dentro del mismo sistema. Sony utiliza X para aceptar en Europa, y el \circ en Japón. Nintendo acepta con el botón A, algo que también utiliza Microsoft, pero su distribución en el mando es distinta en cada caso. Mantenerse fiel a las directrices de las compañías es algo vital, ya que un error terminológico puede imposibilitar que un juego pase los procesos de aprobación para su lanzamiento (O'Hagan y Mangiron, 2013, p. 123).

3.4.4. Diálogos y secuencias audiovisuales

Actualmente la industria del videojuego ha crecido hasta tal punto que no solo es común encontrar tutoriales narrados, personajes que dialogan entre sí o incluso juegos que se consideran como películas interactivas. *Beyond: Dos almas* o *Detroit: Become Human* son dos ejemplos de videojuegos en los que se narra una historia con diversos finales según nuestras elecciones. En ellos no solo hay elementos textuales como subtítulos e interfaces, sino que también adoptan el doblaje como método de localización. Doblar el audio no es algo exclusivo de este tipo de género, sino que se lleva a cabo en todo tipo de juegos. En los deportivos se suele utilizar a comentaristas locales para comentar las jugadas, o en el caso de los juegos de disparos, se suelen doblar

tanto las secuencias de video entre fases como la información recibida en batalla. En juegos como *Call of Duty: Modern Warfare* y su modo multijugador *Warzone*, la única información recibida como jugador respecto a la llegada de enemigos en paracaídas a nuestra zona, o sobre el uso de ventajas como radares o ataques aéreos por parte del enemigo, se obtiene mediante una voz superpuesta que informa al respecto. Es por tanto de vital importancia mantener la cohesión entre los elementos narrados y presentados como texto en pantalla, dado que un cambio de terminología entre ambos daría lugar a confusión, dificultando la inmersión del jugador en la partida.

3.4.5. Elementos online

A principios de siglo todos los juegos aspiraban a contar con una página web que publicitase su contenido, pero hoy en día es más común utilizar los escaparates virtuales que proporcionan las tiendas online como Steam o las propias plataformas de cada consola, como la Playstation Store de Sony o la eShop de Nintendo para publicitar su producto y ofrecer la posibilidad de comprarlo desde el mismo lugar.

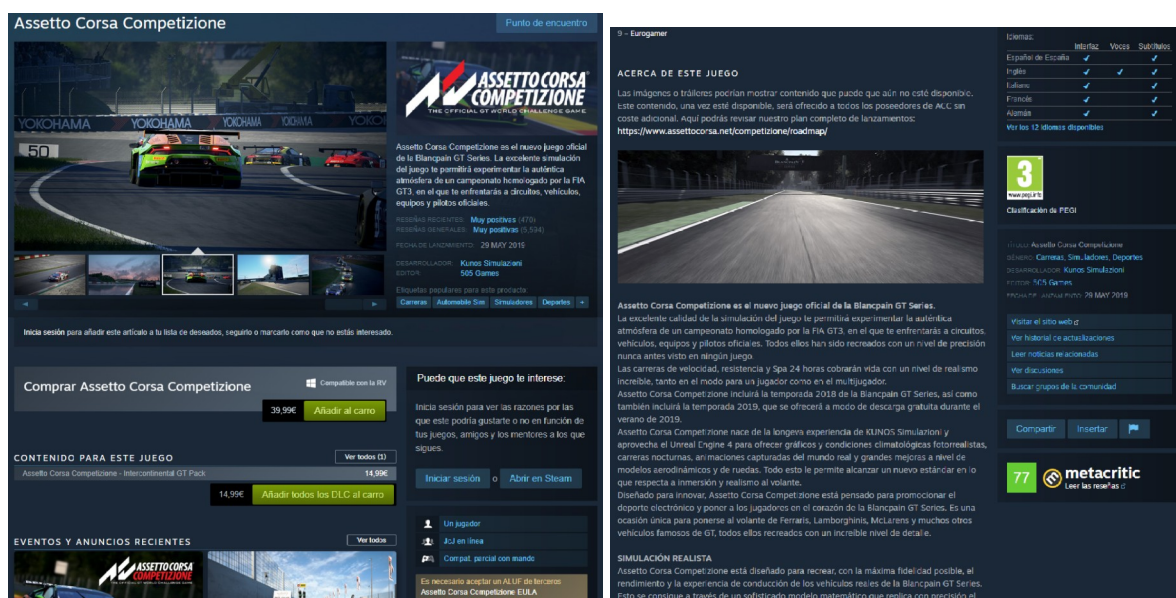


Figura 3.10: Página en español de la tienda Steam para el videojuego Assetto Corsa Competizione

En la figura anterior podemos observar unos recortes de la tienda de Steam dedicada al videojuego *Assetto Corsa Competizione*. Todas las plataformas cuentan con un formato parecido en el que muestran contenido audiovisual del juego, descripciones de logros, descripciones de requisitos —espacio necesario en disco, cantidad de jugadores, componentes necesarios para jugarlo— y una presentación del juego en forma de texto promocional que busca atraer al comprador para que adquiera el producto. Al igual que con los elementos impresos, los elementos descritos aquí deben coincidir exactamente con lo que ofrece el juego para evitar confundir al jugador, algo que puede dar lugar a problemas legales por publicidad engañosa si se anuncia algo inexistente.

Normalmente, este tipo de elementos es traducido por el mismo traductor o grupo de traductores encargados de un determinado idioma. Una vez completado el proceso, se devuelve el documento –normalmente en formato de texto plano– al editor para que implemente la versión traducida en la tienda.

3.5. Herramientas y formatos de localización lingüística

Tal y como se comentó en el apartado dedicado a la historia de la localización lingüística de videojuegos, en los inicios se optaba por traducir directamente las cadenas de texto presentes en el código fuente del juego. O'Hagan y Mangiron (2013) comentan que una vez entrada la década de los 90 se comenzaron a dar los primeros pasos en la traducción de los videojuegos, pero el concepto de internacionalización era inexistente, por lo que los juegos normalmente carecían de un sistema adecuado para localizarlos, tomándose incluso el proceso de desarrollo y localización como independientes, algo que explicaba la abundancia de problemas técnicos y errores de traducción cometidos en la época.

Una vez llegado el nuevo milenio, y gracias a la aparición de las primeras herramientas de *traducción asistida por ordenador* (TAO) se empezó a incluir el proceso de localización en el desarrollo de los juegos. Desde el año 2000 hasta el día de hoy se suelen utilizar formatos especiales para almacenar el texto y el audio en la mayoría de videojuegos, algo muy común en consolas. Esto da lugar a que algunas empresas opten por crear sus herramientas de localización, como es el caso de Microsoft con su herramienta Microsoft Leaf, una herramienta TAO dedicada a la localización del software de dicha compañía. Esto suele realizarse para mantener los archivos en un entorno controlado, evitando filtraciones de contenido en el caso de los proyectos más importantes.

Hoy en día existen formatos creados expresamente para el proceso de localización, como es el caso de XLIFF. “Los documentos XLIFF son, en esencia, archivos XML con una estructura determinada para crear archivos bilingües (aunque son válidos con un solo idioma) que incluyen el contenido localizable y su correspondiente traducción, así como otros datos auxiliares u opcionales” (Gil, 2017, p. 17). No obstante, lo más común en la localización de videojuegos es el empleo de documentos en formatos que inicialmente no han sido pensados para la localización, tales como ficheros de texto plano, documentos de procesadores de texto (RTF o DOC) y hojas de cálculo (XLS) (Bernal-Merino, 2007, p. 4).

En lo que respecta al uso de herramientas TAO, es posible utilizar cualquiera de las que están disponibles en el mercado, como MemoQ, SDL Trados u OmegaT, dado que el uso de formatos tan comunes evita el tener que recurrir a herramientas que traduzcan elementos directamente desde el código como SDL Passolo o Alchemy Catalyst.

En el caso de esta disertación se ha optado por el uso de OmegaT para la traducción de *Nowhere Prophet*, ya que se trata de una herramienta TAO de software libre disponible de forma gratuita.

4. Localización de un videojuego: Nowhere Prophet

En los siguientes apartados se realizará un recorrido mostrando las cuestiones a tener en cuenta al abordar un videojuego indie como *Nowhere Prophet*, los problemas surgidos a lo largo del proceso de localización, y posibles soluciones para mejorar el proceso de localización de este tipo de videojuegos.

4.1. Análisis de Nowhere Prophet

Nowhere Prophet es un videojuego indie creado por Martin Nerurkar²² lanzado para PC en la plataforma Steam²³ el 19 de julio de 2019, además de estar planeado su lanzamiento para Nintendo Switch en el verano de 2020 y para Playstation 4 y Xbox One en una fecha aún por determinar. Pertenece al género de los videojuegos *roguelike*, pero combina este factor con el concepto de los juegos de combates basados en cartas como *Hearthstone*, pero en lugar de jugar contra oponentes en línea, el jugador se enfrenta a la máquina y los retos que le propone a lo largo de su viaje hasta la Cripta, lugar del enfrentamiento final del juego.

El jugador encarna el papel del Profeta, el líder de un convoy con unas ventajas e integrantes determinados escogidos al inicio de la partida, y al cual se pueden unir nuevos seguidores hallados por el camino. Estos seguidores serán las cartas que conformarán uno de los mazos empleados en las batallas. También contaremos con equipamiento, objetos que aumentarán las estadísticas del convoy, e incluso un mazo con habilidades de líder especiales que se emplean en combate. Para ayudar a los jugadores, cuenta además con un tutorial que explica las funciones básicas del juego de manera concienzuda. Queda patente que *Nowhere Prophet* es un videojuego con una carga textual exacerbada, ya que carece de diálogos o voces superpuestas, por lo que toda la información llega al jugador a través de los cuadros de texto, la información escrita en cada carta y la interfaz.

²² <https://www.martin.nerurkar.de/>

²³ https://store.steampowered.com/app/681730/Nowhere_Prophet/

El juego utiliza el motor de videojuego Unity, y emplea el plugin TextMesh Pro para mostrar el texto en pantalla. El juego cuenta con dos tipos de fuente, una para la interfaz, y otra para el texto descriptivo de cartas y otros elementos. En lugar de emplear caracteres codificados en Unicode UTF-8 –u otra codificación de caracteres–, se optó por utilizar un *Font asset creator* –creador de recursos de fuentes–, en el cual se escogen los caracteres que se emplearán en el juego, se convierten a imagen y se utilizan mediante el plugin antes mencionado. Este método suele emplearse porque ahorra recursos de memoria al cargar solamente los caracteres necesarios, en lugar de todos los que componen una fuente determinada.

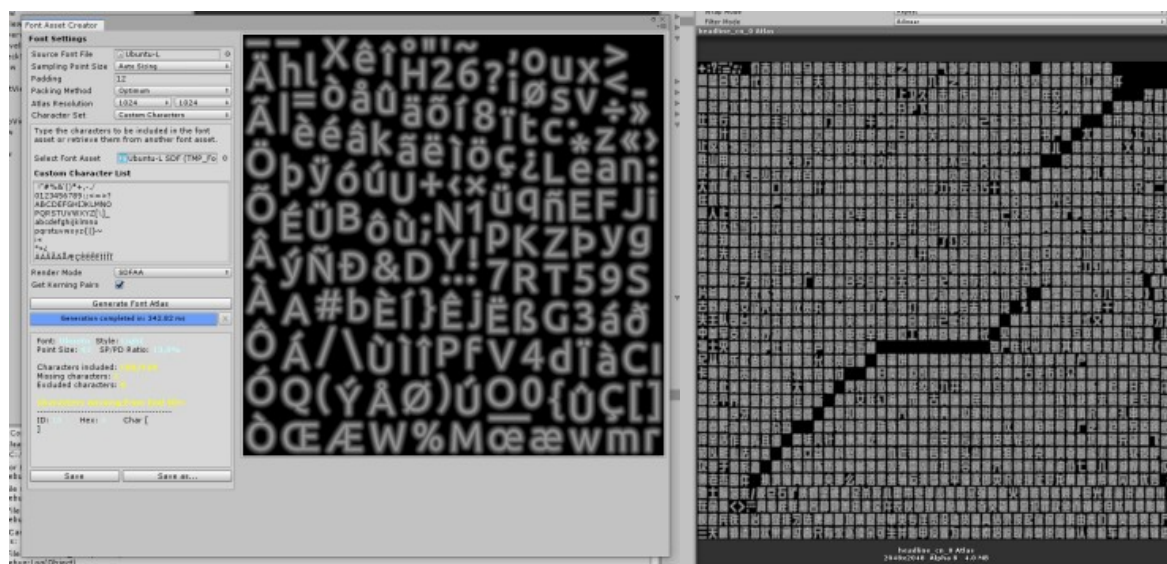


Figura 4.1: Recursos de fuente para lenguas de alfabetos latinos (izquierda) y el chino (derecha).

En la figura anterior se puede apreciar la diferencia entre el recurso necesario para lenguas que emplean el alfabeto latino –junto con los símbolos y acentos más comunes– y el chino, el cual precisa de mayores recursos de memoria para almacenar la imagen con los caracteres al completo.

4.1.1. ¿Qué implica localizar un juego indie?

Como se comentó en el apartado 3.2, la localización de videojuegos ha sufrido numerosos cambios hasta llegar a la situación actual, donde se rige por el esquema GILT. No obstante, en el caso de los juegos indie, la situación suele diferir respecto a la planificación de la que disfrutaban los juegos con mayores presupuestos y personal. En el caso de *Nowhere Prophet*, como en muchos otros juegos indie, nos encontramos ante un único desarrollador que desempeña todas, o casi todas las funciones, desde programar el juego a crear las ilustraciones. Afortunadamente también tuvo en cuenta la internacionalización, ya que creó el juego de tal forma que se pudiesen añadir distintos idiomas de manera sencilla, pero no es algo común.

Otro aspecto a tener en cuenta es la estrategia de localización. Muchos juegos indies recurren a la comunidad de fans para ayudarles a sacar adelante sus juegos, tal y como se vio en el apartado 3.2.3. Un

aficionado de *Nowhere Prophet* intentó comenzar con la localización al español, pero dada la envergadura del proyecto, la abandonó rápidamente. Dada la baja calidad de lo que realizó, se desechó todo y se comenzó de cero. Por lo tanto, la estrategia empleada ha sido la localización *post-gold* –ya que el juego se encuentra ya en el mercado– contactando directamente con el traductor.

4.1.2. Problemática de los juegos roguelike

El género de los videojuegos *roguelike* ha aumentado su peso en el mercado con el paso de los años gracias a juegos tan populares como *The Binding of Isaac*, *Risk of Rain* o *FTL: Faster than light*. Todos ellos siguen la misma premisa: seguir jugando hasta morir, teniendo que volver a empezar de cero, o con algunas ventajas desbloqueables. Este tipo de juegos suele contar con una gran cantidad de objetos que precisan una descripción, una sección de recopilación para documentar todo lo hallado, o en el caso de *Nowhere Prophet*, miles de diálogos para las distintas situaciones que esperan al jugador.



Figura 4.2: Captura del apartado de normas del juego.

En el caso de *Nowhere Prophet*, cada situación que se encuentra el jugador suele contar con varias opciones, pudiendo por ejemplo ayudar a un determinado bando en una pelea, pasar de largo sin inmiscuirse, o esperar para saquear los restos de la batalla. Por ello, cada elección que tomamos nos lleva por una vía totalmente distinta, reclutando a seguidores distintos, y topándonos con más situaciones que presentan más variaciones. Con esto se puede comprender la magnitud de texto a abordar, siendo necesaria una herramienta TAO para poder llevar a cabo semejante tarea. Es de vital importancia contar con un glosario en el que conservar

los términos acuñados para cada objeto y personaje importante, así como las palabras clave empleadas para dotar a las cartas de acciones adicionales. Sin un registro tal, se podría producir una falta de coherencia y cohesión en el juego.

También es importante contar con una memoria de traducción que nos recuerde lo que se ha traducido previamente, especialmente en casos tan vastos como este juego. Si bien muchos segmentos son similares, todos difieren en pequeños detalles, por lo que no se debe confiar ciegamente en las traducciones ofrecidas por la memoria de traducción. Como vemos en la figura siguiente, el segmento marcado en verde describe que la carta obtiene «+1/+0» cuando se la instiga, pero la primera coincidencia ofrecida es prácticamente idéntica, solo que cambia el orden de las bonificaciones obtenidas a «+0/+1». Esto puede dar lugar a errores que rompan la jugabilidad si se acepta dicha coincidencia, pues el jugador puede pensar que está obteniendo una bonificación en su daño –primer dígito–, cuando en realidad está obteniendo una bonificación de puntos de vida –segundo dígito–.

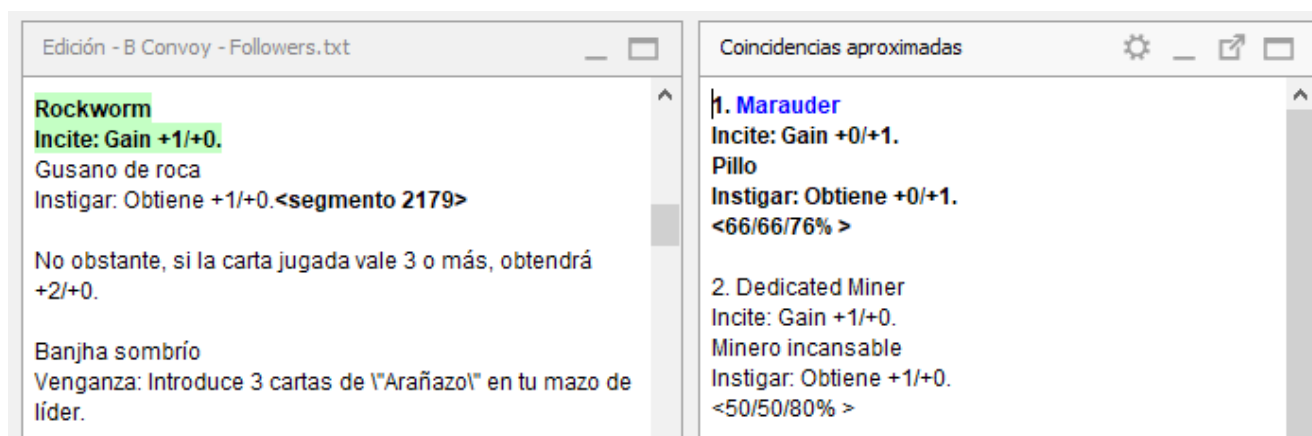


Figura 4.3: Captura de las coincidencias propuestas para la traducción de un segmento y su posible incitación al error.

Las memorias de traducción también son muy útiles en este caso puesto que, dada la naturaleza recursiva de algunos patrones presentes en algunos segmentos, el jugador puede acabar hastiado de leer una y otra vez la misma frase (O'Hagan y Mangiron, 2013, p. 57), por lo que gracias a las propuestas ofrecidas por la memoria, podremos modificar las frases para evitar caer en repeticiones. Es una tarea laboriosa, pero ofrecer frases que no se inicien siempre igual, o que se estructuren de la misma manera, ayuda a que la localización pase desapercibida, mejorando la inmersión del jugador.

Por todo ello, afrontar un juego *roguelike* como *Nowhere Prophet* es una tarea mucho más complicada que en otros juegos, incluso aquellos con una gran carga narrativa, puesto que no solo tenemos que tener en cuenta una historia global, sino las múltiples subtramas que el jugador puede encontrar a lo largo del juego, respetando siempre la terminología acuñada para evitar confusión.

4.2. Análisis de los archivos originales

A la hora de trabajar con juegos indie, es muy probable que su creador haya empleado formatos de texto que le hayan resultado sencillos de implementar en el juego, o en nuestro caso, que faciliten el proceso de localización del juego. La siguiente tabla muestra un recuento de segmentos y palabras dividido en categorías:

	Segmentos únicos	Palabras únicas
Tutorial, interfaz, diálogos, contenido de Steam, términos recurrentes	858	11.626
Cartas, poderes, objetos, equipamiento	943	11.892
Texto de eventos	7.688	88.830
Actualizaciones y contenido adicional	199	2.541
Total	9.688	114.889

Por un lado contamos con 297 archivos de texto plano que contienen todos los eventos, situaciones y diálogos que pueden tener lugar a lo largo del juego, y por otro lado tenemos dos documentos en Google Sheets que contienen en total 16 hojas con tablas. En ellas se presentan varias columnas en las que encontramos la «clave» que identifica a cada elemento traducido, el término o texto original en inglés, y diversas columnas aledañas con su traducción en distintos idiomas. En dichas tablas también encontraremos una hoja dedicada a instrucciones realizada por el desarrollador en las que se realizan una serie de advertencias y aclaraciones, siendo las más importantes las siguientes:

- A la hora de utilizar símbolos, se ha de evitar el uso de las comillas anglosajonas «"» sin utilizar el símbolo «\» delante. Esto es debido a que las comillas indican saltos de línea, y dado que la información presente en Google Sheets es exportada al formato adecuado mediante el uso de un programa creado por el desarrollador, es posible que la información no se exporte correctamente. Sin embargo, en los 297 ficheros de texto plano dedicados a los eventos no es necesario
- Mantener las etiquetas de formato idénticas al original. Por ejemplo, un texto rodeado por llaves «{» y «}» indica que se trata de una opción recurrente, por lo que no se ha de traducir en todas las ocasiones, sino que el juego rescata la traducción realizada en la hoja destinada a los términos de la interfaz, ahorrando tiempo. También hay etiquetas que dan color al texto, y otras que se refieren a iconos y que no han de ser traducidas.
- Respetar las variables. A lo largo del juego hay elementos que pueden variar en cantidad, como por ejemplo las pilas –moneda de cambio del juego–, enemigos, puntos de vida, daño realizado, etcétera. En este caso, encontraremos la variable «#num#», y salvo en algunas excepciones –como la interfaz–, se suele emplear un lenguaje lo más neutro posible para evitar perder la concordancia de género y número.
- Para trabajar con los textos de eventos no es necesario realizar ninguna conversión de formatos, teniendo que respetar únicamente los nexos indicados con la etiqueta «NODE» y las etiquetas precedidas de tres

guiones que marcan los cuadros de texto y de opciones lanzados en los eventos. Los nexos se componen de un código alfanumérico que identifica cada unidad textual, permitiendo mostrar en pantalla aquella que corresponda con lo que sucede en los eventos.

- Para poder trabajar con los documentos de Google Sheets se ha de copiar la columna de la lengua meta en un archivo local. Para mantener un único formato de archivo de trabajo se decidió copiar la columna correspondiente a los términos en inglés de cada hoja en un archivo de texto plano distinto. Una vez traducidos, se copió el contenido de cada archivo de texto plano generado y se pegó en la columna de la hoja correspondiente.

En la siguiente tabla bilingüe se muestran algunos de los elementos antes mencionados para mostrar cómo se debe respetar el etiquetado que otorga distintos atributos al texto.

Segmento original	Segmento traducido	Observaciones
"Prophet, do we really want to go down further?" #textReplace0# asked.	"Profeta, ¿está seguro de que deberíamos seguir avanzando?", dijo #textReplace0#.	La variable #textReplace0# se mantiene igual en ambos casos.
---OPTIONS--- - Engage them. - Send #textReplace0# to distract them. - Flee.	---OPTIONS--- - Atacarles. - Mandar a #textReplace0# para que los distraiga. - Escapar.	La etiqueta ---OPTIONS--- marca el cuadro de opciones para el juego, por lo que no se traduce.
===NODE=== 8f16e7f6-3402-40d9-b4ea-f6ff42760134	===NODE=== 8f16e7f6-3402-40d9-b4ea-f6ff42760134	Los nexos no se han de modificar.
---TEXT--- The rusters followed #textReplace0# - as expected - into one of the side tunnels. We waited for their return. But after a while, we were fairly sure that the rusters had caught up with them.	---TEXT--- Las chatarras siguieron a #textReplace0# hacia uno de los túneles laterales. Esperamos que volviese, pero cuando pasó un rato decidimos partir. Seguramente las chatarras le habían dado caza.	Al igual que en caso de las opciones, la etiqueta ---TEXT--- se mantiene igual.
---OPTIONS--- - {MoveOn}	---OPTIONS--- - {MoveOn}	Todo lo contenido entre corchetes no se traduce, ya que este tipo de elementos recurrentes se traduce una única vez en la ficha "Misc."
Get #num# of something to unlock!	¡Consigue #num# de algo para desbloquearlo!	La variable #num# no se modifica.
Cannot share this item, you're already at max hope <style=hope>!	¡No puedes compartir este objeto ya que tu esperanza <style=hope> está al máximo!	En este caso las etiquetas se refieren a un icono, por lo que <i>hope</i> no se traduce.
However some of your followers may have <style=red>suffered wounds</style>.	No obstante, algunos de nuestros seguidores pueden haber <style=red>sufrido heridas</style>.	El texto del interior de las etiquetas sí se traduce aquí.

El último archivo a tener en cuenta es el de la traducción de la página de Steam, dado que hasta que no se finalice la localización no contaremos con un glosario completo que nos permita nombrar todos los elementos necesarios sin cometer erratas. Este archivo se proporciona en texto plano, y suele ser común para todas las tiendas, ya que los textos mostrados en la tienda suelen hablar sobre el juego de manera general para promocionarlo.

4.2.1. Problemas de formato

Una vez explicado el análisis, podemos ver que se intentó crear un método de trabajo que permitiese contar con todas las traducciones a la vez en Google Sheets, permitiendo que los traductores pudiesen consultar las demás traducciones para hallar la manera idónea de definir algunos objetos y elementos. De esta forma solo habría que resolver la ambigüedad en una lengua, y el resto ya contarían tanto con una traducción, como con una anotación explicativa en el término que generó dudas. Pero en realidad, este proceso es tedioso, ya que el cambio entre formatos puede producir –y produjo– problemas a la hora de pegar el contenido de los ficheros de texto plano en Google Sheets, perdiéndose información, o produciéndose saltos de línea en lugares erróneos. Si sucede en una tabla con una cantidad reducida de términos, el problema es fácilmente solucionable, pero algunas de las hojas contenían tablas con cientos de celdas con distintos contenidos, por lo que se empleaba demasiado tiempo en recolocarlas.

En cuanto a los ficheros de evento, era menos problemático crearlos en ficheros de texto plano distintos dada la extensión textual de cada archivo, por lo que se optó por entregar al traductor de cada idioma una carpeta que contuviese todos los archivos de evento tanto en inglés como en las demás lenguas, todo dividido en subcarpetas.

4.3. Proceso de traducción: Consideraciones

La herramienta TAO escogida para llevar a cabo la traducción fue OmegaT debido a que es gratuita y cuenta con todo lo necesario para llevar a cabo la traducción, incluida la creación de una memoria de traducción y de un glosario. Una vez preparados los documentos en dicha herramienta, se procedió a realizar una lectura pormenorizada de todos los archivos pertenecientes a las carpetas de Google Sheets, ya que los eventos utilizan terminología que se ha de acuñar previamente.

Tras la primera lectura, se anotaron los términos que requerían ser traducidos de antemano teniendo en consideración su uso. Por ejemplo, a la hora de traducir la interfaz, se tuvo que crear una tabla para PC y otra para Nintendo Switch, dado que en el primer caso el juego se controla con teclado y ratón –teniendo que «clicar» para realizar las acciones– mientras que en consola se «pula» un determinado botón o se «toca» la pantalla táctil. Como se explicó en el apartado 3.4.2, el no emplear la terminología idónea en consolas puede dar lugar a

que el juego no supere los controles de admisión, afectando a la fecha de salida del juego. Para evitar cualquier tipo de problema, se sustituyeron las referencias a periféricos como ratones y teclados, así como la acción de «clicar», por palabras como «seleccionar», mucho más generales y compatibles con cualquier plataforma.

Por otra parte, las cartas cuentan con *Keywords*, traducidas como «Palabras clave». Estas palabras describen mecánicas aplicadas a ciertas cartas, dotándolas de una acción o acciones determinadas. Debido a ello han de ser términos invariables y que describan sus efectos. Un ejemplo sería la palabra clave *Taunt*, traducida como «Provocación» dado que la carta que la porta provoca a los adversarios impidiendo que ataquen al resto de cartas.

Otro de los problemas que afectan a la localización de videojuegos es la imposibilidad de conocer todo el contexto. A la hora de traducir el nombre y la descripción de algunos líderes o personajes específicos, no era posible saber si se trataban de un personaje femenino, masculino, o robot. También sucede a la hora de describir lo que hace una carta, dado que no sabemos el género del personaje. O al describir un evento, es imposible saber qué ilustración acompaña al suceso, por lo que no sabemos si, por ejemplo, el individuo al que hemos decidido matar por traición es un hombre adulto o una chica joven. Para solventar estos problemas sólo hay dos opciones: contactar con el desarrollador para resolver la duda, o utilizar el lenguaje de tal manera que no haga referencia al género o al número de los individuos a los que acompaña el texto, una tarea muchas veces imposible.

Por último, a la hora de traducir este juego se tuvieron que emplear comillas inglesas debido a que las empleadas en español no fueron añadidas a los recursos de fuente originales mostrados en el apartado 4.1. Incluirlas mediante *retrofitting*²⁴ –añadir o modificar determinados elementos en sistemas antiguos– no era una posibilidad, puesto que implicaría perder una gran cantidad de tiempo realizando las pruebas pertinentes, obteniendo una ganancia prácticamente nula, ya que las comillas inglesas pueden ser empleadas en español sin afectar a la comprensión.

Tras tener en cuenta todo lo anterior, solamente queda traducir el juego. En la fecha de finalización de esta disertación, el juego se encuentra traducido y revisado en un 50,01 %, con un glosario que abarca 218 términos. El reducido tamaño del glosario indica que la dificultad de la traducción de este juego reside en la traducción de ciertos elementos específicos, pero la mayor parte del trabajo se encuentra en la traducción de eventos narrativos que no albergan terminología específica. El número aproximado de horas empleadas en alcanzar las cifras indicadas ha sido de 85 horas, dado que la media de porcentaje traducido por hora ronda el 0,6 %. En el anexo se encuentra un desglose de los archivos adjuntos que, si bien no suponen la totalidad del proyecto, sirven como prueba del progreso llevado a cabo hasta la fecha de entrega de esta disertación.

24 <https://en.wikipedia.org/wiki/Retrofitting>

4.4. Revisión de los textos traducidos

A la hora de revisar un videojuego, se pueden optar por distintas vías para hacerlo. En algunos casos se lanzan versiones alfa o beta que se abren a una cantidad determinada de usuarios para probar que el juego funciona y que los textos no contienen erratas. En el caso *Nowhere Prophet*, nos encontramos ante un juego indie que apuesta por lanzar la traducción realizada directamente, ya que se podrán enmendar errores futuros mediante parches, pero ello no evita que se deba revisar todo lo que se ha traducido.

La tarea más sencilla es revisar las cartas, puesto que el desarrollador creó una partida en la que todo está desbloqueado, por lo que simplemente con bajar el juego y colocar los archivos en el lugar indicado contaremos con la posibilidad de revisar los elementos más recurrentes del juego: los objetos, las cartas y la interfaz. En el caso de *Nowhere Prophet* no existe limitación de caracteres en los cuadros de texto gracias a que el tamaño de la fuente se ajusta según el contenido. Esto es algo positivo, ya que permite contar con todo el texto necesario en cualquier cuadro, pero se puede reducir el tamaño hasta tal punto que se vuelva ilegible en pantallas pequeñas y con poca resolución como la de Nintendo Switch, algo que se puede observar en la siguiente figura:

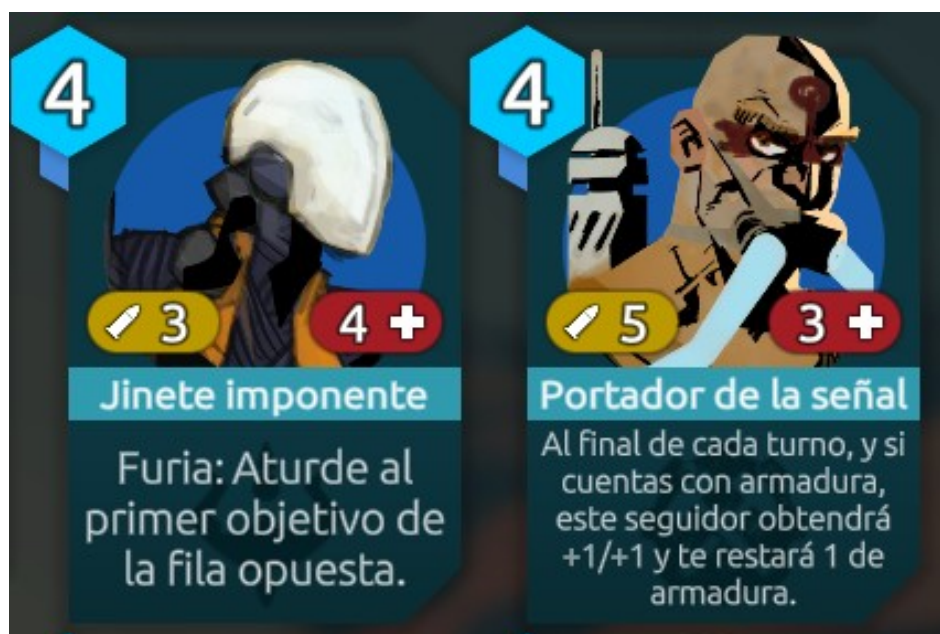


Figura 4.4: Comparación entre una carta con el texto adecuada, y otra con una descripción más larga de lo recomendable.

Sin embargo, la tarea más ardua, y que desgraciadamente carece de solución, es la revisión de los eventos desde el propio juego. La única opción es revisar exhaustivamente los 297 archivos de texto para encontrar posibles erratas utilizando las herramientas de revisión que ofrece OmegaT para el control de calidad. En el apartado siguiente se hablará de posibles sugerencias para solventar este problema en otros juegos similares.

4.5. Soluciones y alternativas

Tras conocer el proceso de localización desde su comienzo hasta su final, me he topado con diversos problemas que son recurrentes no solo en este género, sino en la localización en general. Por ello, este apartado se dedicará a la propuesta de soluciones y alternativas para abordar los distintos problemas desde el punto de vista del desarrollador del juego y del traductor que lleva a cabo la localización de su producto. También se hablará del proceso de localización realizado en *Knightin'+*, videojuego creado por Volodymyr Yakubovych, el cual no era lo suficientemente extenso para esta disertación, pero que contaba con algunas soluciones interesantes para el proceso de localización.

4.5.1. Falta de contexto

“La ausencia de contexto es algo inherente en el proceso de localización, ya que los textos suelen presentarse como segmentos independientes, algo que también suele aplicarse a la localización de videojuegos.” (O’Hagan y Mangiron, 2013, p. 96)²⁵. En el caso de juegos cortos como *Knightin'+*, que además carecen de una trama complicada, es sencillo pedir al desarrollador una explicación de la historia, de los personajes, y de las referencias presentes en el juego antes de empezar a traducir. Sin embargo, en juegos tan extensos y con una historia tan densa como la de *Nowhere Prophet*, es imposible contar con el contexto del juego de antemano. En el caso de esta localización, el autor del juego se comprometió a solventar cualquier duda posible mediante mensajería instantánea.

Una posible solución es ofrecer el nombre de los personajes con imágenes que los representen y, a ser posible, una descripción de su impacto en la trama. Esto se pudo llevar a cabo en la localización de *Knightin'+* y de *Nowhere Prophet*, permitiendo emplear el género adecuado o mantener los juegos de palabras.

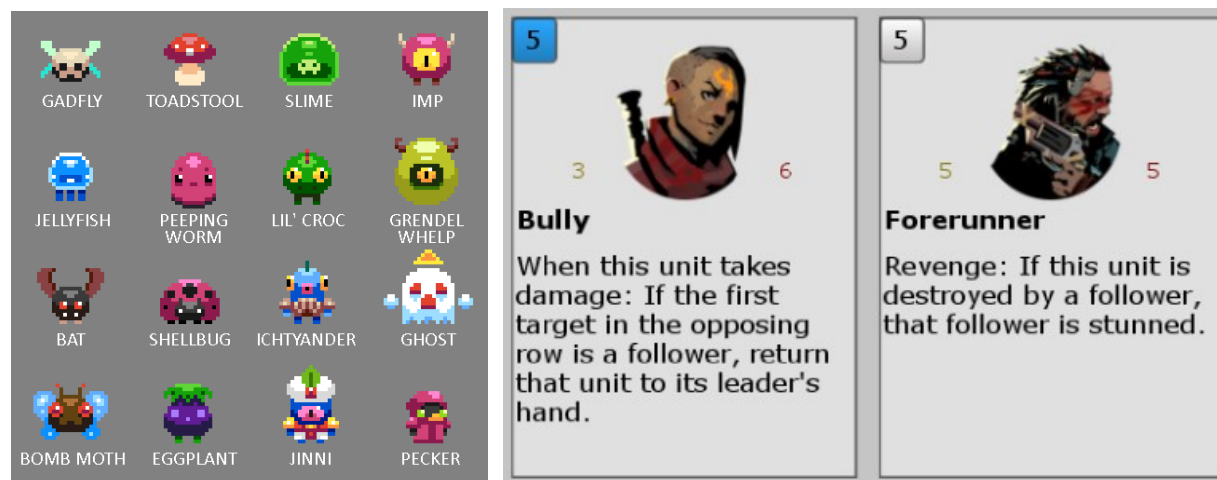


Figura 4.5: Documentación aportada sobre enemigos de *Knightin'+* (izquierda) y captura de parte de la documentación sobre cartas de *Nowhere Prophet* (derecha).

25 The lack of context is inherent in the treatment of text within the localization process, typically presented as separate independent strings, which is something also applicable to game localization.

A pesar de ello, en *Nowhere Prophet* hay numerosos eventos en los que el jugador habla con otros personajes, y dada la segmentación irregular que se produce al cambiar formatos o por la propia forma de segmentar de OmegaT, en muchas ocasiones no se puede saber a quién se dirige una frase en concreto. Teniendo en cuenta que a veces se añade contenido al final de los ficheros, no se puede tener en cuenta el orden presente en ellos, pues lo más antiguo se mantiene en la parte superior, y los nexos que identifican a cada segmento son códigos alfanuméricos aleatorios, por lo que tampoco se pueden emplear para seguir el orden de la conversación. Para paliar este problema presente en todos los juegos con diálogo, tanto narrado como escrito, se puede optar por dos soluciones: Crear un «guion» que acompañe a cada fichero, en el cual se muestre la conversación completa y ordenada, o ordenar directamente los archivos originales.

4.5.2. Revisión

La revisión de un videojuego indie puede ser uno de los pasos más longevos del proceso. Normalmente los desarrolladores no crean ninguna herramienta para probar los idiomas añadidos, y lanzar un juego con erratas puede influir de manera muy negativa en las ventas. Hallar errores desde la herramienta TAO puede ser complicado, y la solución más común puede ser el proporcionar una versión del juego similar a la del desarrollador en la que el traductor cuente con una partida completada, pudiendo acceder así a todos los elementos desbloqueables. En el caso de *Nowhere Prophet*, se propuso al desarrollador la creación de esta versión para implementar los archivos traducidos y contar con trucos que permitiesen lanzar algunos eventos o avanzar de manera más rápida. Si bien el sistema funciona, es un sistema lento para lanzar los miles de eventos posibles, ya que se lanzan uno a uno y de manera aleatoria, algo que además imposibilita el revisar un evento determinado cuando sea necesario.

Para evitar este tipo de problemas, se podría crear una versión del juego especial para el localizador, en la cual la funcionalidad básica sería la de mostrar todos los diálogos, descripciones, objetos, personajes, etc. empleando un identificador para segmento que permitiese al localizador lanzar cualquier cuadro de texto, secuencia de vídeo –para comprobar los subtítulos– o elemento que necesite revisión.

Esta propuesta puede ser una parte complicada de aplicar, ya que es necesario tenerla en cuenta desde el momento en que empieza el desarrollo, pero de ser estandarizada, podría acelerar en gran medida los procesos de localización, puesto que subsanar la falta de contexto es uno de los mayores retos presentes en la localización, tal y como se indicó al comienzo del apartado 4.5.1, y supondría uno de los mayores avances de esta industria en el momento en que se emplee de manera habitual.

5. Conclusiones

Tras recorrer de manera breve la historia de los videojuegos, podemos concluir que se trata de una de las industrias con más fuerza de la actualidad, con una presencia cada vez más importante en la sociedad gracias a Internet, algo que sin duda asegura la continuidad de la localización como su compañera intrínseca.

También se ha recorrido la evolución de la localización en videojuegos, la cual surgió fruto de la necesidad de expansión de las primeras compañías de videojuegos, mostrando los distintos modelos que se pueden adoptar a la hora de localizar un producto y los elementos a los que atañe la localización lingüística. Conocer todo ello nos permite ver que se trata de una disciplina en evolución constante, que trabaja por ofrecer al consumidor productos en los que la lengua no suponga un impedimento para sentirse dentro de mundos cada vez más detallados e inmersivos.

Respecto a la localización del juego *Nowhere Prophet*, experimentar la tarea con un producto que ya cuenta con presencia en el mercado, y que además se lanzará en consolas, me ha permitido toparme con problemas con los que no me había topado en otros tipos de traducción, o incluso en la localización de juegos pequeños como *Knightin'+*.

Tal y como se ofrece en las soluciones y sugerencias, adoptar algunas medidas a la hora de programar un videojuego para facilitar el proceso de localización podría suponer un cambio revolucionario en la industria. Un traductor al fin y al cabo no es más que un intermediario entre dos lenguas, y las herramientas TAO ya son capaces de ofrecer un rendimiento impensable hace dos décadas, por lo que queda en manos de los desarrolladores el ofrecer medidas que optimicen la parte del proceso que más lastra el proceso traductológico desde hace años.

Agradecimientos

A mi familia, por su apoyo, comprensión y las oportunidades que me han dado siempre. A mis amigas y amigos, en especial a Rafael e Iván, por ser mis compañeros de partida, y por estar siempre ahí cuando necesité su ayuda. A Serenella, por su paciencia y amor perennes aunque una pandemia nos separe.

A todos ellos, gracias.

Referencias

Altice, Nathan. (2015) *I AM ERROR*. MIT Press.

Bernal-Merino, Miguel Ángel. (2006) On the Translation of Video Games. *Jostrans*. Nº 6. http://www.jostrans.org/issue06/art_bernal.php

Bernal-Merino, Miguel Ángel. (2007) Challenges in the translation of video games. *Revista tradumàtica, Localització de videojocs* (Número 5) <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista/num5/articles/02/02art.htm>

Bernal-Merino, Miguel Ángel. (2015) *Translation and Localisation in Video Games*. Routledge.

Bussey, Steve. (8 de abril de 2015) All your base are belong to us: Brief history of game localization. [Entrada de blog]. <https://blog.andovar.com/all-your-base-are-belong-to-us-brief-history-of-game-localization>

Chandler, Heather Maxwell y Deming, Stephanie O'Malley. (2012) *The Game Localization Handbook* (Segunda edición). Jones & Barlett Learning.

Copeland, B. Jack. (2012) *Turing: Pioneer of the Information Age*. Oxford University Press.

Frasca, Gonzalo. (2001) *Videogames of the oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate*. [Tesis de maestría, George Institute of Technology]. Recuperado el 6 de mayo de 2020 de [https://ludology.typepad.com/weblog/articles/thesis/Frasca ThesisVideogames.pdf](https://ludology.typepad.com/weblog/articles/thesis/Frasca%20ThesisVideogames.pdf)

Germany lifts total ban on Nazi symbols in video games. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-europe-45142651>

Gil Amat, Gala (2017) *Estándares y herramientas libres para la localización*. [Trabajo de Fin de Grado, Universitat d'Alacant] Recuperado el 1 de junio de 2020 de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67676/1/Estandares_y_herramientas_libres_para_la_localizacion_GIL_AMAT_GALA.pdf

- O'Hagan, Minako y Mangiron, Carmen. (2013) *Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry*. Benjamins Translation Library.
- Pham, Alex y Sandell, Scott. (2003). In Germany, Video Games Showing Frontal Nudity Are OK, but Blood Is Verboten. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2003-jun-09-fi-german9-story.html>
- Plunkett, Joey. (s.f.) What was the Great Video Game Crash of 1983? [Entrada de blog]
- Real Academia Española. (s.f). Videojuego. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 6 de mayo de 2020, de <https://dle.rae.es/videojuego>
- Vázquez Rodríguez, Arturo. (2018) *El error de traducción en la localización de videojuegos: Estudio descriptivo y comparativo entre videojuegos indie y no indie*. [Tesis doctoral, Universitat de València] Recuperado el 10 de abril de 2020 de <http://roderic.uv.es/handle/10550/66788>
- Zentler, Riordan. (30 de abril de 2020). Digital vs. Physical: How the video game industry learned from Microsoft's missteps. *The spokesman-review*. <https://www.spokesman.com/stories/2020/apr/30/digital-vs-physical-how-the-video-game-industry-le/>

Anexo

En la carpeta ZIP adjunta se encuentran los documentos de la localización del videojuego *Nowhere Prophet*. Todo el contenido corresponde al trabajo realizado hasta la fecha de entrega de esta disertación. El sumario de documentos es el siguiente:

- Dos carpetas que contienen los documentos ya localizados en formato de texto plano, tanto en la lengua origen, como en la lengua meta. En cada una de ellas se hallan 120 ficheros de texto plano. Los ficheros con una «A» delante son los que pertenecen a las hojas del primer documento de Google Sheets, los que cuentan con una «B» pertenecen al segundo documento de Google Sheets, y la «C» y la «D» marcan los ficheros de actualización y de contenidos extra añadidos por el desarrollador tras realizar la traducción de los ficheros «A» y «B». Los 93 ficheros restantes corresponden a los ficheros de eventos traducidos hasta la fecha.
- El archivo de glosario, nombrado «Glosario NWP.txt», el cual contiene los términos acuñados y algunas anotaciones.
- La memoria de traducción del proyecto «NWP Loca-omegat.tmx», que contiene todas las unidades de traducción generadas durante la localización del juego.